La formation des usagers de la micro-informatique domestique: le rôle des consommateurs[1]

Lise SANTERRE

En cherchant à démontrer que l'intégration d'une nouvelle technologie dans la société procède de l'interaction entre l'offre technique-marchande et les pratiques sociales, des recherches ont mis en évidence le pouvoir qu'ont les usagers de redéfinir l'innovation. Préoccupée de faire reconnaître la participation active de ceux-ci, cette approche reste cependant centrée sur l'appropriation des nouveaux objets techniques et tend de ce fait à négliger la part de l'offre dans la détermination des usages sociaux qui en sont faits. De plus, lorsqu'elles traitent de la micro-informatique domestique, les recherches perdent parfois de vue la nécessité d'inscrire la démarche des usagers au sein de l'actuel mouvement de restructuration d'ensemble auquel les technologies informatiques sont partie liée et qui bouleverse à la fois les normes sociales de production et de consommation.

C'est le point de vue que nous avons choisi d'adopter pour examiner à notre tour le rôle des consommateurs dans la formation des usages sociaux de la micro-informatique domestique. Notre perspective privilégie la dynamique qui sous-tend la mise en forme de ces usages et tient compte par conséquent des multiples déterminations auxquelles ils sont soumis. Tout en cherchant ainsi à relativiser le pouvoir d'influence des consommateurs, notre analyse vise par ailleurs à dépasser le strict cadre des pratiques individuelles pour apprécier la portée plus profonde de leur intervention.

À travers l'émergence de nouvelles pratiques liées à la micro-informatique domestique, la question qui se pose nous semble plus fondamentalement être celle de la transformation des conditions d'existence. Si les consommateurs participent effectivement à la formation des usages d'une nouvelle gamme de produits qui, de façon décisive, contribueront à renouveler la norme sociale de consommation et si ce renouvellement apparaît bien comme une exigence de la présente restructuration d'ensemble, leur pouvoir d'influence est-il suffisant pour orienter les changements qui touchent leurs modes de vie? Notre objectif est de prendre la mesure de ce pouvoir et d'examiner les conditions qui en assureraient l'exercice.

Restructuration d'ensemble et technologies informatiques

La crise qui secoue présentement les sociétés industrielles trouve son origine dans la remise en question du régime d'accumulation fordiste (M. Aglietta, 1976; A. Granou *et* ai., 1979; A. Lipietz, 1979; B. Coriat, 1983; R. Boyer, 1986). Sur plusieurs plans, ce modèle de développement paraît en effet avoir atteint ses limites: inefficacité des modes de rationalisation du travail dans certains secteurs de la production, rigidité des formes institutionnelles de régulation sociale, appauvrissement des qualifications, homogénéisation des produits de consommation, etc. (R. Boyer et B. Coriat, 1983; M. Aglietta et A. Brender, 1984; B. Coriat et P. Zarifian, 1988). Face à l'épuisement progressif des conditions qui ont été à la base de l'essor enregistré depuis la Seconde Guerre mondiale, ces sociétés cherchent, sur la base d'une réorganisation économique et sociale d'ensemble, à élaborer un nouveau modèle de développement capable de stimuler une reprise continue de la croissance.

Les technologies informatiques se trouvent au cœur de ces stratégies de développement. Bien qu'en soi elles ne garantissent pas le succès de la relance, ces nouvelles technologies peuvent favoriser une augmentation du rendement dans le secteur des services et une plus grande flexibilité et adaptabilité des lignes de production. Elles contribuent à éliminer certaines tâches dangereuses et permettent l'extension des principes de l'organisation du travail à des domaines jusque-là hors de portée (tâches de bureau, de gestion, de conception, industries de processus continu). Cependant, l'apport des technologies informatiques au succès de la relance ne tient pas seulement à la réalisation de nouveaux gains de productivité. Elle dépend aussi de la capacité d'intégrer à la norme sociale de consommation les nouveaux biens et services qui en sont issus (O. Pastré, 1983, p. 115).

Si on perçoit bien les enjeux que soulève la réorganisation du système productif eu égard aux nouvelles technologies, on connaît mal par contre ceux que pose le nécessaire renouvellement des modes de vie. Ce renouvellement doit obligatoirement coïncider avec la transformation des formes de production, mais le bouleversement des conditions d'existence ne va pas de soi. Les résistances ou le rejet toujours possible des nouvelles technologies par les consommateurs pourraient bien en effet risquer de compromettre la mise en place de nouvelles formes d'accumulation.

De fait, l'introduction des applications de l'informatique dans les pratiques quotidiennes est plus lente que prévu, ce qui n'a d'ailleurs pas manqué de susciter l'émergence d'une nouvelle « logique des usages » (P. Breton et S. Proulx, 1989, P. 231). Cette nouvelle logique cherche à rendre compte de ce qui se passe du côté de la consommation des nouveaux produits techniques et notamment du micro-ordinateur domestique qui, en Amérique du Nord, semble devoir jouer un rôle majeur dans la constitution des marchés grand public.

Placée à l'intersection des champs de la culture, du loisir, de l'éducation et du travail, la micro-informatique domestique forme la pierre d'angle du processus d'informatisation du domicile. Par micro-informatique domestique, il faut entendre l'ensemble des supports techniques, des programmes et des services informatisés, financés par un ménage et utilisés à des fins de loisir, de travail, d'apprentissage, de communication, etc. Bien que la position du micro-ordinateur par rapport aux autres équipements (terminal Alex, minitel, vidéoway) soit loin d'être assurée dans la présente phase de démarrage des marchés, il est probable qu'il constituera, à terme, le vecteur principal de la télématique grand public. Au Québec, un certain nombre d'usagers ont déjà expérimenté les services de télécommunications offerts par Infopuq, The Source, Compuserve, Informathèque et INET 2000 (W.L. Pnce, 1988, p. 17). De son côté, Bell Canada considère les usagers (près de 75 000 dans la région métropolitaine de Montréal) comme des abonnés potentiels, beaucoup plus aptes à utiliser les services d'Alex à l'aide de leur micro-ordinateur (Y. Roberge, 1989, p. 1).

Quels usages pour la micro-informatique domestique?

Un sondage réalisé par la maison SOM inc., en 1987, évaluait à 14% la proportion des ménages québécois équipés d'un micro-ordinateur personnel (D. Bussières, 1987). La stagnation des ventes, après une croissance relativement rapide, traduit la difficulté à trouver des usages grand public pour l'appareil. L'intérêt que de plus en plus de chercheurs portent à ce nouvel objet d'étude n'est vraisemblablement pas étranger à ce phénomène. En effet, la création du marché de la micro-informatique domestique et l'élargissement des demandes à l'ensemble des milieux sociaux s'avèrent être une opération qui n'est ni simple, ni dénuée de contradictions.

La micro-informatique domestique représente d'abord une nouvelle gamme de produits culturels dont la valeur d'usage est toujours très incertaine (B. Miège ***et al.***, 1986, p. 241-277). L'incertitude est d'autant plus grande que ces produits donnent lieu à de nouvelles pratiques qui viennent concurrencer des pratiques plus traditionnelles, auxquelles elles peuvent se substituer, et dont certaines vont probablement être modifiées ou disparaître. Ces changements se heurtent inévitablement à des habitudes profondément ancrées dans la vie quotidienne, mais par ailleurs, les nouveaux produits de consommation trouvent aussi leurs applications à partir de pratiques existantes qui vont en retour en façonner les usages.

De nombreux auteurs ont insisté sur l'influence qu'exercent certains facteurs socio-économiques dans le processus d'intégration sociale d'une innovation technique (P. Flichy, 1983; I. de Sola Pool, 1983; E. Rogers, 1983; P. A. Mercier

et al., 1984). Leurs analyses ont démontré que les objets techniques mis en marché ne sont pas immuables, mais qu'ils peuvent être redéfinis en fonction des perceptions et des réactions des utilisateurs potentiels. Ainsi, les études réalisées dans cette perspective et portant sur l'utilisation du micro-ordinateur dans les foyers québécois montrent un écart entre les applications domestiques proposées par l'industrie (budget familial, agenda électronique, carnet d'adresses, etc.) et les usages réels qu'en font les consommateurs (S. Douzou *et al.*, 1986; A. H. Caron *et al.*, 1987). Bien que la plupart des ménages interviewés continuent à consacrer du temps aux activités ludiques, on constate que leur quête d'applications véritablement utiles les conduit à adopter des usages plus ou moins directement reliés à leurs activités professionnelles (S. Douzou *et al.*, 1986, p. 12). Réagissant à l'offre technique-marchande, les usagers auraient développé une stratégie de réappropriation de l'objet technique, nous annonce-t-on.

Ce constat paraît confirmé par les conclusions d'autres enquêtes menées au Québec auprès d'usagers pour qui le micro-ordinateur est devenu une réalité quotidienne. Ces enquêtes démontrent que les applications de travail (principalement le traitement de texte) sont les plus populaires dans ces foyers (S. Proulx et M. B. Tahon, 1986; J. G. Lacroix, 1988). Il trouve également un écho dans les résultats d'une recherche américaine menée auprès d'un échantillon de 282 ménages équipés d'un micro-ordinateur personnel haut de gamme et chez qui les usages effectifs sont d'abord le traitement de texte et les applications pour les affaires (A. Venkatesh et N. Vitalari, 1987). Une étude française réalisée à partir d'un échantillonnage restreint d'utilisateurs va dans le même sens, en indiquant que 60% des micro-ordinateurs domestiques achetés depuis 1986 sont utilisés, entièrement ou partiellement, à des fins de travail (J. Jouët, 1988). Enfin, des observations tirées de plusieurs études publiées récemment au Canada et aux États-Unis rapportent que l'accroissement des pratiques de travail chez les usagers d'un micro-ordinateur domestique est un phénomène non négligeable (W. H. Dutton *et al.*, 1987; A. Grisé *et al.*, 1989).

En montrant que les pratiques effectives développées jusqu'à maintenant autour du micro-ordinateur domestique sont surtout associées aux tâches de travail, ces recherches nous renseignent moins sur la capacité des usagers de se réapproprier et de redéfinir l'objet technique que sur le pouvoir qu'a l'objet technique d'imposer sa propre logique. En réalité, bien qu'il se donne comme un produit de consommation destiné au grand public, le micro-ordinateur domestique se voit utilisé précisément aux fins pour lesquelles il a été conçu à l'origine, c'est-à-dire les applications de travail. Dans l'état actuel des choses, il serait plutôt vain de présumer de l'existence même de la micro-informatique domestique, telle que l'entendent les promoteurs.

Lorsqu'on cherche à apprécier le rôle des consommateurs dans la formation des usages sociaux d'une technologie, il convient, à notre sens, de voir à quelles

conditions ils sont en mesure d'intervenir, et cela en tenant compte des multiples déterminations auxquelles ces usages sont soumis. À une étape où les usages du micro-ordinateur domestique n'ont pas encore trouvé leur forme définitive, il nous semble important de poser la consommation de ce nouveau produit au sens d'enjeu social et de jeter ainsi un regard prospectif sur l'évolution des pratiques qui s'y rattachent. Un tel exercice est à même de rendre compte des contraintes qui marquent les pratiques en voie d'émergence, mais également du potentiel d'innovation que les consommateurs sont en mesure de déployer. Au-delà de l'identification des pratiques nouvelles qu'ils contribueront à mettre en forme, l'analyse vise plus profondément à évaluer la marge de manœuvre dont les consommateurs disposent pour infléchir et orienter éventuellement les transformations qui affectent leur mode de vie.

L'interinfluence entre technique et social

On peut difficilement inférer des caractéristiques des nouveaux objets techniques la manière dont ils seront intégrés aux pratiques sociales. Le corps social n'est pas un réceptacle vide et, bien que la technique tende à imposer sa logique, la société contraint à son tour la technique à adopter ses propres schèmes, en en modelant les usages (P. Beaud, 1988, p. 158).

Concevoir ainsi les usages de la micro-informatique comme le résultat d'une interaction entre la logique technique et la logique sociale ne devrait cependant pas nous faire oublier que la technologie est elle-même le produit de l'organisation sociale dans laquelle elle s'inscrit, c'est-à-dire un objet « sociotechnologique » (C. Limoges , 1988, p. 264). Certes, l'innovation est source de possibles multiples et contradictoires et son mode d'emploi ne peut être totalement prédictif de l'usage qu'on en fait (P. A. Mercier et al., 1984, p. 64). Néanmoins, force est d'admettre aussi que les applications qui vont trouver place sur le marché affichent, dès cet instant, une sélection de certains de ces possibles. Dans ce cas, considérer l'influence que la technologie peut avoir sur les pratiques, loin de nous amener à souscrire aux thèses du déterminisme technique, revient en fait à tenter de saisir la logique sociale que la technologie y imprime.

Bien que conçue comme une production sociale, on peut aussi reconnaître à la technologie une certaine autonomie, dans la mesure où elle appartient au système technique d'une société à une époque donnée *(G.* Tremblay et M. Sénécal, 1987, p. 159-160). L'innovation va procéder des choix technologiques retenus par la société à un certain stade de son évolution. On admet assez facilement que sa généralisation est subordonnée aux conditions économiques, politiques, sociales et culturelles qui en favoriseront la diffusion ou qui, au contraire, pourraient rendre celle-ci plus difficile. Mais on oublie par contre que la facilité et la rapidité avec

lesquelles une innovation trouve place dans la société sont également tributaires de la mise en place de tout un environnement technique auquel cette invention s'articule.

Ainsi, dans le cas de la micro-informatique domestique, il est clair que l'émergence de nouvelles pratiques est elle-même étroitement liée à la formation des usages de l'informatique dans d'autres sphères de l'activité sociale, par lesquels le micro-ordinateur domestique est susceptible d'acquérir de réelles fonctions (P. A. Mercier *et al.*, 1984, p. 31). L'introduction massive du micro-ordinateur dans les foyers dépend de la diversité des programmes disponibles, de l'existence de réseaux télématiques, d'infrastructures et de. dispositifs appropriés, de l'informatisation d'une masse critique de services et d'informations, et de la standardisation des protocoles et des normes techniques. Elle dépend en fait de l'instauration d'un système technique dont l'appareil est indissociable et qui est partie constituante de l'offre technique-marchande. Mais, inversement, on aurait tort de négliger que le bon fonctionnement de ce nouveau système technique est lui aussi subordonné à la mise en place de chacune de ses composantes, y compris de la pénétration de la micro-informatique dans les foyers. D'où l'importance d'une demande pour ces nouveaux produits.

L'offre technique-marchande

Sans remettre en question le mouvement dialectique entre l'offre et la demande sociale dans la formation des usages sociaux de la micro-informatique domestique, il convient néanmoins de ne pas surestimer le poids de la demande pour des produits qui demeurent jusqu'ici largement méconnus. La détermination apparaît beaucoup plus nettement du côté de l'offre que du côté de la demande. L'étude de S. Turkle (1984) illustre très bien d'ailleurs comment, depuis l'avènement des premiers micro-ordinateurs personnels jusqu'au moment où des appareils plus sophistiqués sont devenus accessibles, le développement des pratiques de consommation a suivi l'évolution des produits disponibles sur le marché.

L'offre technique-marchande se construit à travers diverses étapes qui vont de la conception à la promotion des nouveaux produits, où l'on observe une convergence des efforts qui sont déployés pour préparer la demande sociale et élargir les pratiques de consommation (B. Miège *et al.*, 1986, p. 241-277). Le discours promotionnel n'est pas exclusif à l'industrie de la micro-informatique puisqu'il passe également par l'école, le mouvement associatif, les médias, etc. Ce discours ne peut être compris comme une simple opération commerciale. Par delà l'accroissement des nouvelles marchandises, les stratégies de promotion, présentant la micro-informatique comme une nécessité de la vie sociale moderne, visent plus profondément la transformation des représentations dominantes et la

« préparation des esprits ». (B. Miège et Y. de la Haye, 1984, p. 210) Il semble bien qu'à l'heure actuelle, une telle préparation est indispensable pour réussir à associer la population aux reconversions que commande la restructuration économique et sociale d'ensemble.

Devant l'importance des enjeux que ce projet soulève, le discours officiel, politique et marchand, propose un argumentaire justifiant l'urgence de la situation, où on n'hésite pas à faire une équation entre innovation technique et démocratisation. Les enquêtes menées au Québec auprès des usagers d'un micro-ordinateur domestique témoignent de ce que les motivations d'achat ne sont pas étrangères à la portée de ces arguments ni aux nouvelles exigences du marché du travail. (S. Douzou *et al.*, 1986; A. H. Caron *et al.*, 1987; J. G. Lacroix, 1988)

Le discours promotionnel est un élément majeur dans la constitution d'une demande sociale pour les produits de la micro-informatique domestique. Son omniprésence est elle-même très significative de l'importance des résistances auxquelles se heurtent ces nouveaux produits de consommation et, plus largement, des résistances aux changements que provoque la généralisation des technologies informatiques.

La demande sociale

Il est impossible de postuler une autonomie de la demande dans la configuration des usages sociaux de la micro-informatique, cette demande étant largement modelée par l'offre technique, le discours promotionnel, les conditions de production et les modes d'existence. Mais on ne peut pas non plus en ignorer l'existence. Bien que la demande spécifique pour ces produits ne soit pas a priori une demande constituée, P. A. Mercier et ses collègues pensent qu'il existe néanmoins plusieurs demandes diffuses, de mieux-être, de sociabilité, de communication, etc. Ces demandes sont peu explicites et souvent ambiguës. Elles peuvent traduire chez les usagers des doléances et des critiques qui sont très éloquentes, mais dont on cherche rarement à découvrir la source. De pareilles demandes arrivent effectivement à trouver une solution dans les nouvelles applications techniques. Elles n'appellent pas nécessairement une réponse technique, mais peuvent être canalisées vers les nouveaux produits offerts.

Pour pouvoir cerner ces demandes plus potentielles que réelles, il convient de situer l'interrogation au niveau des pratiques existantes (J. Jouët, 1985, p. 8) et au niveau des représentations assurant la médiation entre l'offre et les usages (J. Pemault, 1986, p. 25). Ceux-ci vont varier suivant les représentations que les consommateurs se font de l'utilité de la micro-informatique domestique, mais ces représentations dépendent elles-mêmes du milieu d'appartenance des consommateurs et de leurs conditions d'existence (J. G. Lacroix, 1988, p. 4).

Par conséquent, les demandes des consommateurs ne peuvent être comprises comme un ensemble uniforme. Elles se différencient en fonction de la position que les consommateurs occupent dans la formation sociale, de leurs caractéristiques sociodémographiques, du groupe professionnel auquel ils appartiennent et de leur degré de familiarisation avec cette technologie dans leur milieu de travail. Ces distinctions montrent finalement combien il est malaisé de considérer les consommateurs toutes catégories sociales confondues et de questionner le rôle que cet ensemble indéfini d'acteurs joue dans la formation des usages sociaux de la micro-informatique domestique. On peut tout au plus parler en ce moment d'une portion effective d'usagers « autorisés » ou mieux encore, de l'influence d'une structure de classe qui s'exprime dans la consommation (M. Wieviorka, **1977,** p. 34-35).

Pour rendre compte de l'appropriation d'une nouvelle technologie par les usagers, l'accent est généralement mis sur le fait que les attitudes et les comportements composent des tendances lourdes auxquelles toute innovation est inévitablement confrontée, au risque cependant de négliger les structures sociales qui sont à l'origine de telles habitudes de vie et qui déterminent les possibilités d'action des usagers. Si ceux-ci participent bien à la définition des usages, ils le font toutefois en fonction des conditions économiques et culturelles d'accès aux connaissances, très inégales d'un milieu social à l'autre. Ils le font sous une forme spécifique qui est surtout celle de la consommation individuelle et privée, où les usagers se trouvent isolés et inorganisés. Ils le font également dans un contexte social de crise, où le problème des impacts technologiques sur la vie quotidienne n'apparaît pas en ce moment comme un thème mobilisateur.

Ces aspects du problème sont primordiaux, mais en leur accordant la prééminence, l'analyse des structures sociales aurait facilement tendance pour sa part à évacuer les usagers des rapports qui façonnent les usages des nouveaux objets techniques. Malgré ses limites, l'approche qui privilégie le point de vue des acteurs nous paraît pouvoir pallier à cette lacune. En ((réhabilitant le sujet » **(A.** Mattelart et M. Mattelart, **1986,** p. 97), cette approche nous aide à saisir les pratiques de consommation comme le produit des rapports conflictuels dans lesquels les consommateurs sont engagés et comme un lieu d'expression des contradictions que ces rapports recèlent. Dans cette optique, quelques pistes d'investigation devraient retenir plus particulièrement notre attention.

Les résistances

Les décisions d'achat des consommateurs peuvent effectivement avoir une incidence sur la nature, la configuration et la qualité des produits qui trouveront une place sur le marché. Les usagers sont aussi en mesure d'influencer les modalités

d'organisation des pratiques, par les transgressions et les détournements d'usage auxquels ils soumettent la micro-informatique. Les pratiques intentionnelles ou gratuites de ceux qui s'exercent à déjouer les systèmes de sûreté ou à insérer dans les programmes les fameux « virus » en sont une bonne illustration. Ces conduites individuelles présentent un aspect subversif, dans le sens que M. de Certeau donne à ce terme. Elles forcent les producteurs à revoir les mécanismes de protection, mais aussi les normes d'utilisation et d'accès aux réseaux et aux banques de données. Il en est de même pour les pratiques de ((piratage» qui se multiplient et qui constituent une forme importante de résistance.

Ces pratiques sont autant de tentatives visant à contourner les règles établies et à reconquérir des espaces d'autonomie (F. Plassard, 1984, p. **38).** En agissant ainsi sur les conditions d'échange des nouveaux produits, les pratiques de consommation peuvent avoir des conséquences sur la manière de produire et de mettre en œuvre les nouvelles infrastructures techniques. Toutefois, la portée de ce type de pratique est limitée. Elles peuvent occasionner certains ajustements dans les systèmes établis, mais sont peu susceptibles de déboucher sur une remise en question des orientations dominantes et sur des propositions de solutions autres.

À cet égard, les pratiques de rejet par lesquelles une partie de la population se marginalise ou s'exclut paraissent plus déterminantes. La question de la formation des usages sociaux de la micro-informatique domestique ne peut en effet manquer de soulever à son tour celle des non-usages. Si la micro-informatique domestique s'accorde aux nécessités objectives de la vie sociale moderne comme elle tend à le faire, il importe alors de questionner la signification de ce mode d'opposition à l'élargissement de l'espace marchand et de considérer les pratiques de substitution ou les pratiques parallèles qui risquent de s'instituer à plus long terme. Ces pratiques qui s'organisent hors-marché sont elles aussi révélatrices et peuvent rendre compte plus éloquemment peut-être du pouvoir d'influence des consommateurs.

La pénétration dans les foyers de la micro-informatique et de la télématique, dont elle est le support, doit forcément composer avec les résistances qui s'y opposent. De plus, dans une société où l'on mise avant tout sur les forces du marché, il faut s'attendre à ce que les délais utiles à la stabilisation des usages soient difficilement compressibles. Compte tenu de l'importance des enjeux que soulève le processus d'informatisation et des difficultés que pose la généralisation des produits domestiques, la nécessité de supprimer de tels obstacles pourrait bien dès lors rendre nécessaire la diffusion des nouveaux savoirs et savoir-faire requis pour maîtriser les codes, règles et langages imposés par ces technologies. Mises en œuvre pour promouvoir l'adoption des technologies informatiques et soutenir le développement des pratiques de consommation, les interventions de cette nature pourraient bien s'avérer en même temps une contribution à l'enrichissement de la culture technique, offrant ainsi un nouveau terrain d'enjeu social.

L'insistance que mettent les intervenants des secteurs privé et public à faire reconnaître en ce moment la culture scientifique et technique comme une condition du développement économique, découvre à notre avis une difficulté réelle. Pour plusieurs observateurs, la culture technique est trop peu répandue dans la population et, dorénavant, l'approfondissement de cette culture s'avère indispensable pour une société qui cherche à acquérir de nouvelles expertises, à diversifier sa production, à accroître ses débouchés et à transformer ses manières de consommer (M. Aglietta et A. Brender, 1984). Au-delà de la dimension idéologique du discours promotionnel, la diffusion de nouveaux savoirs et savoir-faire techniques acquiert une importance stratégique. On ne peut donc méconnaître le fait que des mesures concrètes visant à hausser le niveau culturel technique de la population, en ménageant une voie d'accès aux savoirs et aux instruments de partage du pouvoir, offrent par là un moyen de conserver un certain contrôle sur notre environnement technique (P. Breton et S. Proulx, 1989, p. 251).

Dans la mesure où la culture technique est comprise dans un sens plus large que l'acquisition des simples connaissances techniques liées à l'informatique et recouvre la compréhension de ses différentes fonctions, de ses méthodes et des conséquences de son développement, elle suppose aussi la formation d'une capacité de jugement critique sur les questions sociales et éthiques que pose le progrès constant des technologies (A. Baby, 1986). Dans ce sens, la culture technique concourt au développement d'une plus grande maîtrise sociale de ces technologies.

Dans le contexte social actuel, les demandes des consommateurs en matière de culture technique, au même titre que les demandes des travailleurs pour des programmes de formation et de recyclage, semblent fort recevables. Ces demandes pourraient bien à leur tour se révéler un moyen de négocier les changements qu'impliquent l'actuelle restructuration d'ensemble. À la condition cependant qu'elles puissent être formulées assez rapidement et qu'elles arrivent à s'exprimer hors des cadres de la consommation strictement individuelle et privée. Car pour être source de changement social, les demandes, sur le terrain de la consommation comme sur celui de la production, doivent être canalisées à l'intérieur d'institutions nouvelles ou existantes par des mécanismes d'action collective.

L'action collective

Dans le domaine de la micro-informatique au Québec, les regroupements d'usagers prennent essentiellement la forme de clubs de loisir, qu'on ne peut assimiler à un mouvement de défense des consommateurs (D. Sanderson, 1988). Il est vrai que la formule des clubs d'usagers stimule la recherche commune d'applications novatrices, ce que l'industrie des programmes n'a d'ailleurs pas tardé à reconnaître (P. Franklin, 1987). Ces clubs composent d'intéressants réseaux d'échange et de

sociabilité, propices à l'exploration, l'adaptation et la création de nouveaux produits. Ils restent cependant réservés à des initiés.

C'est plutôt du côté des groupes populaires, qui depuis quelques années s'efforcent de prendre part aux débats sur les changements technologiques, qu'on peut apprécier le pouvoir qu'ont les utilisateurs d'imposer des pratiques correspondant à leurs véritables attentes. Ce sont ces groupes qui, jusqu'à présent, se sont faits les promoteurs de l'appropriation collective des nouvelles technologies.

Peu nombreux et souvent mai structurés, ces groupes paraissent moins directement touchés par les applications domestiques de la micro-informatique que par les menaces liées à la multiplication et à l'interconnexion croissante des banques de données à caractère personnel. Sensibles aux dangers que les réseaux télématiques font peser sur les droits individuels et collectifs, c'est probablement à partir de ce thème qu'un mouvement est susceptible de rejoindre les usagers de la micro-informatique domestique.

Il faut dire que les groupes populaires sont mal outillés pour proposer des solutions autres et conçoivent généralement leur action sur le mode défensif. Néanmoins, pendant la période initiale où s'amorce le processus d'informatisation, les bouleversements qui se produisent sont plus marquants que jamais et les individus peuvent s'y montrer particulièrement sensibles. Durant cette étape décisive pour les perspectives d'orientation de la micro-informatique domestique, les groupes populaires ont le mérite de vouloir questionner les répercussions que les technologies informatiques peuvent avoir à la fois sur les conditions de production et les conditions d'existence.

Par le rôle qu'ils cherchent à assumer dans la formulation des demandes sociales, ces groupes occupent une position de première ligne dans les négociations qui accompagnent l'intégration sociale des technologies informatiques. En présentant l'appropriation de la micro-informatique comme un instrument d'exercice du pouvoir et un moyen d'en déterminer le partage, l'action des groupes populaires est à même de susciter une certaine prise de conscience et une mobilisation des consommateurs. L'existence d'un nouvel espace d'affrontement devrait à tout le moins renforcer les initiatives dans ce sens.

Conclusion

Une approche fondée sur la détermination multiple des usages sociaux de la micro-informatique domestique suppose qu'on s'intéresse non seulement à l'offre, mais qu'on s'interroge en même temps sur ce qui est susceptible d'intervenir du côté de la demande. Il faut bien reconnaître, en effet, que si la capacité des consommateurs d'orienter le développement de ces nouveaux usages s'avère tout

compte fait fort restreinte, ils n'en détiennent pas moins un certain pouvoir d'influence qu'on mesure et qu'on utilise encore très mal. Pourtant, au stade actuel de démarrage de ce que les promoteurs définissent comme le marché de la micro-informatique domestique, il est extrêmement important de reconnaître le poids de la demande pour ces nouveaux produits et d'en saisir la composition. C'est très certainement en tentant de circonscrire la capacité réelle des consommateurs d'imposer leurs propres choix, que nous serons en mesure de mieux comprendre, à tout le moins, ce qui permettrait d'en dépasser les limites. L'intérêt d'une telle approche tient avant tout à ce qu'elle pose la question de la participation des consommateurs à la formation des usages sociaux non pas comme un acquis, mais plutôt comme un enjeu.

Dans le cadre du mouvement de restructuration économique et sociale d'ensemble, l'intégration des technologies informatiques à la norme sociale de consommation représente une condition nécessaire au succès de la relance. La création et la généralisation d'applications utiles apparaissent comme une exigence à laquelle les sociétés industrielles sont confrontées, mais I'une et I'autre ne vont pas sans poser des difficultés considérables. C'est pourquoi la prospection des usages offre aux consommateurs une occasion de faire valoir leurs prétentions et d'infléchir éventuellement les transformations qui affectent leur vie quotidienne.

L'ouverture que démontrent en ce moment les promoteurs face aux expériences innovatrices, auxquelles les consommateurs sont invités à collaborer, n'est pas fortuite. Pour stimuler la recherche d'usages possibles et pour contrer ainsi les résistances — le plus souvent passives — qu'une large partie de la population oppose à la micro-informatique domestique, les promoteurs ont tout intérêt en effet à miser sur la diversification des pratiques. Cette ouverture donne par ailleurs aux groupes populaires capables de traduire les attentes des consommateurs la possibilité d'être associés au processus d'innovation. On trouve une illustration de cette forme de participation dans I'expérimentation sociale, qui suscite toujours un nouvel intérêt au moment de l'apparition d'une innovation.

L'expérimentation sociale est un lieu de confrontation entre les stratégies des différents acteurs sociaux engagés, où chacun peut exprimer ses attentes et proposer des solutions originales pour y satisfaire. De même que la formule des clubs de loisir permet aux membres de collaborer parfois à la conception des produits, l'expérimentation sociale des nouvelles technologies est une mise à l'essai des applications techniques auprès des usagers, qui interviennent en principe avant même que celles-ci n'aient trouvé leur forme définitive. Ce mécanisme favorise, de la sorte, la création de produits possédant une réelle utilité sociale, mais ne constitue pas, on s'en doute, une solution miracle.

L'expérimentation sociale peut contribuer à enrichir les pratiques liées aux technologies informatiques et déboucher sur la formation d'usages sociaux significatifs, à la condition que les usagers possèdent un certain contrôle sur la

conception même du projet et conservent suffisamment de liberté d'action lors de son déroulement. Dans le cas contraire, l'expérimentation peut facilement être réduite à une étude de faisabilité ou à une étude de marché. Bien qu'elle confine les attentes des consommateurs à l'intérieur d'un cadre restreint, l'expérimentation sociale donne néanmoins aux groupes qui y participent une possibilité d'orienter la formation des usages sociaux de la micro-informatique dans le sens de leurs propres besoins. Dans un contexte économique et social où ces groupes sont plus ou moins en mesure de se faire les porteurs de l'innovation, l'expérimentation leur offre une prise, modeste mais réelle, dont on ne doit pas négliger la portée.

NOTE

1. Communication présentée au Congrès annuel de la Société canadienne de sociologie et d'anthropologie, Université Laval, juin **1989.**

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

AGLIETTA, M. (1976), *Régulation et crises du capitalisme*, Paris, Calmann-Lévy.

AGLIETTA, M. et BRENDER, A. (1984), *Les métamorphoses de la société salariale. La France en projet*, Paris, Calmann-Lévy.

BABY, A. (1986), *Existe-t-il quelque chose comme ce que tout jeune homme ou toute jeune fille devraient savoir à propos de l'ordinateur et de l'informatique? Essai sur la socialisation informatique*, communication au 4e Congrès annuel L'ordinateur et l'éducation de l'université McGill, Montréal.

BEAUD, P. (1984), *La société de connivence*, Média, médiations et classes sociales, Pans, Aubier.

BOYER, R. (dir.) (1986), *Capitalisme fin de siècle*, Paris, PUF.

BOYER, R. et CORIAT, B. (1983), *Marx, la technique et la dynamique longue de l'accumulation*, communication présentée au colloque Marx, Paris.

BRETON, P. et PROULX, S. (1989), *L'explosion de la communication. La naissance d'une nouveffe idéologie*, Pans-Montréal, La Découverte/Boréal.

BUSSIÈRES, D. (1987), « Un ménage québécois sur sept possède un ordinateur personnel », *Les Affaires*, p. 9.

CARON, A. H., GIROUX, L. et DOUZOU, S. (1987), *L'appropriation du virage technologique: le micro-ordinateur domestique*, Université de Montréal, département de Communications.

CERTEAU, M. de (1980), *L'invention du quotidien. Arts de faire*, Pans, 10118, vol. I.

CONFÉRENCE SOCIO-ÉCONOMIQUE SUR L'ÉLECTRONIQUE ET L'INFORMATIQUE (1985), *Rapport final de la Commission 4 sur l'intégration de l'informatique à la culture*, Québec.

CONSEIL DE LA SCIENCE ET DE LA TECHNOLOGIE (1988), *Conjoncture 1988*, Québec.

CORIAT, B. (1983), *La robotique*, Paris, La Découverte/Maspero.

CORIAT, B. et ZARIFIAN, P. (1987-1988), «Sorties de crise», *Terminal*, n° 36, p. 12-15.

DOUZOU, S., GIROUX, L. et CARON, A. H. (1986), *L'intégration du micro-ordinateur à domicile. Une analyse qualitative*, communication au Congrès annuel de l'Association canadienne de communication, Winnipeg.

DUTTON, W. H., ROGERS, E. M et JUN, S. H. (1987), « Diffusion and Social Impact of Personal Computers », *Communication Research*, vol. 14, n° 2, p. 219-250.

FLICHY, P. (1980), *Les industries de l'imaginaire*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

FRANKLIN, P. (1987), « À quoi servent les clubs d'utilisateurs? », *Tertiel*, n° 30, p. 94-96.

GILLE, B. (1978), *Histoire des techniques*, Pans, Gallimard.

GRANOU, A. (1972), *Capitalisme et mode de vie*, Paris, Éditions du Cerf.

GRANOU, A., BARON, Y. et BILLAUDOT, B. (1979), *Croissance et crise*, Paris, Maspero.

GRISÉ, A., NOËL, L. et GUAY, L. (1989), *L'informatisation du Québec: Profil de la demande*, Québec, Éditeur officiel.

INSTITUT CANADIEN D'ÉDUCATION POUR ADULTES (1984), *Actes des États généraux populaires sur les communications,* Montréal.

JOUET, J. (1988), *Social Uses of Micro-computers in France,* communication présentée à la Conférence de l'Association internationale des études et recherches sur l'information, Barcelone.

JOUET, J. (1985), *La communication au quotidien. De la tradition et du changement à l'aube de la vidéocommunication,* Paris, La Documentation française.

LACROIX, J. G. (1988), *Inégalité sociale et micro-ordinateur domestique,* communication présentée à la Conférence de l'Association internationale des études et recherches sur l'information, Barcelone.

LAULAN, A. M. (1985), *La résistance aux systèmes d'information,* Paris, Retz.

LÉVY, P. (1987), *La machine univers. Création, cognition et culture informatique,* Pans, La Découverte.

LIMOGES, C. (1988), «Analyse évaluative et évaluation sociale des technologies: une pragmatique sociale», dans CIEST, *Recueil des activités,* Montréal, Presses de l'Université du Québec, p. 259-277.

LIPIETZ, A. (1979), *Crise et inflation, pourquoi?,* Pans, Maspero.

MATTELART, A. et STOURDZÉ, Y. (1982), *Technologie, culture et communication,* Paris, La Documentation française.

MATTELART, A. et MATTELART, M. (1986), *Penser les médius,* Paris, La Découverte.

MERCIER, P. A., PLASSARD, F. et SCARDIGLI, V. (1984), *La société digitale. Les nouvelles technologies au futur quotidien,* Pans, Seuil.

MIEGE, B. et HAYE, Y. de la (1984), «De l'ère de la communication aux marchés de la communication», *Communication Information,* vol. VI, n[os] 2-3, p. 203-220.

MIEGE, B., PAJON, P. et SALAÜN, J. M. (1986), *L'industrialisation de l'audiovisuel: des programmes pour les nouveaux médius,* Paris, Aubier.

PASTRÉ, O. (1983), *L'informatisation et l'emploi,* Paris, La Découverte/Maspero.

PERRIAULT, J. (1986), «La logique de l'usage», dans A. M. Laulan, *L'espace social de la communication (concepts et théories),* Paris, Retz-CNRS, p. 15-32.

PLASSARD, F. (1984), *Autonomie au quotidien. Réponse à la crise? Rôle et sens des micro-initiatives,* Lyon, Éditions Chronique sociale, coll. Nouvelles pratiques sociales.

POOL, I. de Sola (1983), *Forecasting the Telephone: A Retrospective Technology Assessment,* New Jersey, Ablex Publishing Corporation.

PRICE, W. L. (1988), *L'industrie de la télématique au Québec: le positionnement stratégique du ministère des Communications,* Price Waterhouse.

PROULX, S. (dir), LÉVESQUE, M., SANDERSON, D., TAHON, M.-B. et ROCHE, S. (1988), *La Puce communautaire: Évaluation sociale d'une expérience d'éducation populaire en informatique. Rapport final remis au ministère de l'Enseignement supérieur et de la Science,* Montréal.

ROBERGE, Y. (1989), «Ça bouge dans l'entourage d'Alex», *Informatique,* vol. 2, n° 5, p. 1-2.

ROGERS, E. (1983), *Diffusion of Innovations*, New York, The Free Press.

SANDERSON, D. (1988), « Les clubs de micro-informatique: la rencontre de la sociabilité et de la technologie », dans S. Proulx (dir.), *Vivre avec l'ordinateur: les usagers de la micro-informatique*, Montréal, G. Vermette, p. 117-134.

SCARDIGLI, V. (1983), *La consommation, culture du quotidien*, Pans, Presses universitaires de France.

TABLE TÉLÉMATIQUE ET LIBERTÉS (1988), *C'est le temps de protéger les renseignements personnels détenus par l'entreprise privée*, communiqué de presse, Montréal.

TREMBLAY, G. et SÉNÉCAL, M. (1987), « La science des communications et le phénomène technique », dans *Sciences sociales et transformations technologiques. Les actes d'un colloque*, Québec, Conseil de la science et de la technologie, doc. n° 87.02, p. 143-193.

TURKLE, S. (1984), *The Second Self. Computers and the Human Spirit*, New York, Simon and Schuster.

VENKATESH, A. et VITALARI, N. (1987), « A Post-adoption Analysis of Computing in the Home », *Journal of Economic Psychology*, n° 8, North-Holland, p. 161-180.

WIEVIORKA, M. (1977), *L'État, le patronat et les consommateurs. Étude des mouvements de consommation*, Paris, Presses universitaires de France.

NOTICE BIOGRAPHIQUE

Lise SANTERRE a collaboré aux travaux du Croupe de recherche sur les industries culturelles et l'informatisation sociale (GRICIS) au département de Sociologie de l'Université du Québec à Montréal, où elle prépare une thèse de doctorat sur la formation des usages de la micro-informatique domestique.

RÉSUMÉ

Plusieurs études portant sur l'intégration d'une nouvelle technologie dans la société ont mis en évidence le pouvoir qu'ont les usagers de redéfinir l'innovation. En examinant le rôle des consommateurs dans la formation des usages de la micro-informatique domestique et, cela, au regard des multiples déterminations auxquelles ces usages sont soumis, notre objectif est de prendre la mesure de ce pouvoir. L'exercice ne vise pas seulement à apprécier l'influence que les consommateurs peuvent avoir sur l'élaboration de nouvelles pratiques liées à la micro-informatique domestique. Comme cette nouvelle gamme de produits participe au renouvellement de la norme sociale de consommation, qui lui-même s'inscrit dans le cadre de l'actuel mouvement de restructuration d'ensemble, notre but est aussi de considérer les possibilités qu'ont les consommateurs d'intervenir sur les changements qui touchent plus profondément leur mode de vie. Si l'action des consommateurs se révèle en réalité avoir une portée restreinte, il est néanmoins possible de chercher à identifier les conditions qui permettraient d'en dépasser les limites.

ABSTRACT

Several studies on the integration of a new technology in society have shown the power of the consumer in redefining the innovation. In examining the role of consumers in the development of the personal computers' esspecially with regard to the multiple determinations to which these usages are subjected to, our objective is to identify the scope of this power. The aim of this study is not only to recognize the influence of consumers in the elaboration of new uses of personal computers. As this new class of products is involved in the changing social norms of consumption, which in itself is inscnbed within the process of transformation of the social totaiity, the aim of this sutdy is also to consider the possibilities that consumers have to intervene in the changes that have a profound impact on their way of life. If the consumers' actions in this respect are somewhat constrained, it is nevertheless possible to look for and identify the conditions that would allow them to go beyond these constraints.

RESUMEN

Muchos estudios sobre la integración de una nueva tecnologia en la sociedad han evidenciado el poder que tienen los usuanos al redefinir tai innovación. Nuestro objetivo es medir este poder, examinando el rol de los consumidores en la formación de usos domésticos de la micro-informática, a la luz de las multiples determinantes a las cuales tales usos están sujetos. Este ejercicio no busca solamente apreciar la influencia que pueden tener los consumidores sobre la elaboración de prácticas nuevas relacionadas con la informática doméstica. Puesto que ésta representa una nueva gama de productos que es parte de una renovación de la norma social de consumo, que a la vez esta inscnta en una reestructuración más amplia, lo que buscamos es poder también considerar las posibilidades que los consumidores tienen para intervenir en los cambios que tocan más profundamente sus modos de vida. Si la acción de los consumidores resulta teniendo un alcance verdaderamente restringido, será de todos modos posible buscar identificar las condiciones que permitirán sobrepasar los limites impuestos.